

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ПЕДАГОГИКИ ПСИХОЛОГИИ И СОЦИОЛОГИИ
Кафедра современных образовательных технологий

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ И.А. Ковалевич

« ____ » _____ 20 17г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

44.03.04 – Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль «Декоративно-прикладное искусство и дизайн»

**ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНО-
СТИ «РЕКЛАМА» В КРАСНОЯРСКОМ КОЛЛЕДЖЕ СФЕРЫ УСЛУГ И
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Научный руководитель

подпись, дата

должность, ученая степень

Редько И.Ф

Выпускник

подпись, дата

Богачева Д.В

Консультант

подпись, дата

должность, ученая степень

Серикова Т.Ю

Нормоконтролер

подпись, дата

должность, ученая степень

Редькин В.Ф.

Красноярск 2017

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Информационная подготовка студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства» содержит 150 страниц текстового документа, 8 приложений, 21 использованного источника, 4 рисунка, 3 таблицы.

РЕКЛАМА, ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДГОТОВКА, РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ, КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.

Цель: модернизировать структуру содержания информационной подготовки студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства с целью повышения их профессиональных компетенций.

Задачи:

1. Анализ информационных источников.
2. Анализ образовательного процесса по специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства на предмет развития информационной подготовки студентов.
3. Модернизация структуры содержания информационной подготовки студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.

Результатом выпускной квалификационной работы является модернизированная структура содержания информационной подготовки студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 Анализ информационных источников.....	7
1.1 Анализ федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности «Реклама».....	7
1.2 Анализ основных понятий.....	12
2 Анализ образовательного процесса по направлению 42.02.01 Реклама.....	14
2.1 Анализ основной образовательной программы в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.....	14
2.2 Существующая структура информационной подготовки и анализ ее содержания.....	21
3 Модернизация структуры содержания информационной подготовки студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.....	26
3.1 Модернизация рабочей программы и календарно-тематического плана по дисциплине «Информатика».....	26
3.2 Модернизация рабочей программы и календарно-тематического плана по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа».....	28
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	32
СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ.....	33
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	34
ПРИЛОЖЕНИЕ А – Рабочая программа по дисциплине «Информатика» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.....	36

ПРИЛОЖЕНИЕ Б – Календарно-тематический план дисциплины "Информатика" по специальности "Реклама" в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.....	49
ПРИЛОЖЕНИЕ В – Рабочая программа по дисциплине "Проектная компьютерная графика и мультимедиа" в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.....	57
ПРИЛОЖЕНИЕ Г – Календарно-тематический план дисциплины «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» по специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.....	72
ПРИЛОЖЕНИЕ Д – Модернизированная рабочая программа по дисциплине "Информатика" в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.....	90
ПРИЛОЖЕНИЕ Е – Модернизированный календарно-тематический план дисциплины "Информатика" по специальности "Реклама" в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.....	103
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж – Модернизированная рабочая программа по дисциплине "Проектная компьютерная графика и мультимедиа" в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.....	112
ПРИЛОЖЕНИЕ З – Модернизированный календарно-тематический план дисциплины «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» по специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.....	128

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время среднее профессиональное образование (СПО) является важной частью российского образования в целом. Оно обеспечивает подготовку специалистов – практиков, работников среднего звена, а также влияет на повышение образовательного и культурного уровня личности.

Введение ФГОС СПО показывает, что проблема содержания обучения в новой модели профессионального образования еще существует, так как для достижения новых результатов – освоения компетенций и формирования компетентности выпускника – традиционная модель процесса обучения не подходит.

Компетентностный подход предполагает ориентацию на формирование наряду с профессиональными знаниями, умениями и навыками, трактуемыми как владение профессиональными технологиями, еще и развитие у студентов таких универсальных способностей и готовности (ключевых компетенций), которые востребованы современным рынком труда.

Деятельность специалиста по рекламе направлена на разработку концепции рекламной продукции, воплощение её в различных вариациях, а также обеспечение эффективной рекламы с учетом требований заказчика.

Для этого требуется умение грамотно и правильно представлять информацию для привлечения клиентов.

В настоящее время профессиональная деятельность специалиста в области «Реклама» невозможна без активного использования различных компьютерных технологий. Поэтому, обучающимся по данной специальности в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства необходимо иметь хорошую информационную подготовку.

В связи с этим, студентам по специальности «Реклама» очень важно овладеть своими профессиональными компетенциями во время обучения в колледже.

Исходя из опыта прохождения практики в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства, а так же анализа пожеланий выпускни-

ков, можно сделать вывод, что студенты недостаточно владеют современными программами обеспечения, а так же электронными средствами для представления своего рекламного продукта.

Проблема состоит в том, что в настоящее время образовательный процесс, недостаточно правильно нацелен на развитие информационной подготовки студентов.

Изменив структуру информационной подготовки студентов, можно добиться повышения профессионального уровня выпускника специальности «Реклама», то есть развития их профессиональных компетенций.

Объект: образовательный процесс подготовки студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.

Предмет: информационная подготовка студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.

Цель: модернизировать структуру содержания информационной подготовки студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства с целью повышения их профессиональных компетенций.

Для достижения поставленной цели, нужно решить ряд задач:

1. Анализ информационных источников.
2. Анализ образовательного процесса по специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства на предмет развития информационной подготовки студентов.
3. Модернизация структуры содержания информационной подготовки студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.

1 Анализ информационных источников

1.1 Анализ федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности «Реклама»

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама» необходимо проанализировать, потому что он представляет собой совокупность обязательных требований на реализацию программ подготовки специалистов среднего звена по данной специальности [1].

Из анализа ФГОС, следует, что срок получения СПО по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки в очной форме обучения и присваиваемая квалификация приводятся в Таблице 1.

Таблица 1 – Нормативный срок освоения программы

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по программе подготовки специалистов среднего звена	Наименование квалификации базовой подготовки	Срок получения среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена базовой подготовки в очной форме обучения
среднее общее образование	Специалист по рекламе	2 года 10 месяцев
основное общее образование		3 года 10 месяцев

Сроки получения СПО по ППСЗ [8] базовой и углубленной подготовки независимо от применяемых образовательных технологий увеличиваются:

для обучающихся по очно-заочной и заочным формам обучения:

а) для обучающихся по очно-заочной и заочной формам обучения:

на базе среднего общего образования - не более чем на 1 год;

на базе основного общего образования - не более чем на 1,5 года;

б) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья - не более чем на 10 месяцев.

Областью профессиональной деятельности выпускника является организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются:

- рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая реклама, реклама в полиграфии;
- рекламная кампания;
- выставочная деятельность;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии;
- первичные трудовые коллективы.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) готовится к следующим видам деятельности:

- разработка и создание дизайна рекламной продукции;
- производство рекламной продукции;
- маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;
- организация и управление процессом изготовления рекламного продукта;
- выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.
- реализация комплексных рекламных проектов;

Основные виды деятельности специалиста по рекламе:

- производственно-технологическая
- техническое исполнение оригиналов или отдельных элементов проекта рекламного продукта; создание рекламного текста;
- выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, материалов, фото, видео и компьютерных технологий для построения модели объекта на технологическом уровне;

- художественно-творческая
- разработка рекламной продукции: создание художественной формы рекламы, авторских рекламных проектов; воплощение проекта в материале; создание визуального образа с рекламными функциями (познавательной, практической, коммуникативной, эстетической).

Исходя из анализа области профессиональной деятельности выпускника, объектов профессиональной деятельности и основных видов деятельности, можно сделать вывод, что деятельность специалиста по рекламе невозможна без информационной подготовки.

Выпускник должен обладать общими и профессиональными компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

Выпускник должен обладать профессиональными компетенциями соответствующими видам деятельности:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей;

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы;

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты;

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений;

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями;

ПК 1.6. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы;

ПК 1.7. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии;

ПК 1.8. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Для овладения представленными в ФГОС общими и профессиональными компетенциями необходима информационная подготовка.

ППССЗ [8] предусматривает изучение следующих учебных циклов:

- общего гуманитарного и социально-экономического, математического и общего естественнонаучного;

- профессионального.

Обязательная часть ППССЗ по учебным циклам должна составлять около 70 процентов от общего объема времени, отведенного на их освоение.

Вариативная часть (около 30 процентов) дает возможность расширения и (или) углубления подготовки, определяемой содержанием обязательной части, получения дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда и возможностями продолжения образования. Дисциплины, междисциплинарные курсы и профессиональные модули вариативной части определяются образовательной организацией.

Общий гуманитарный и социально-экономический, математический и общий естественнонаучный учебные циклы состоят из общих дисциплин.

Общепрофессиональный учебный цикл состоит из общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей в соответствии видами деятельности, соответствующими присваиваемой квалификации. В состав профессионального модуля входит один или несколько междисциплинарных курсов.

ФГОС предоставляет вариативную часть ППССЗ которую определяет

образовательная организация, осуществляющая процесс обучения. То есть образовательные организации сами определяют, при помощи каких дисциплин, междисциплинарных курсов и профессиональных модулей будет происходить формирование компетенций, получения дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда и возможностями продолжения образования.

Из анализа следует, что в профессиональный цикл входят следующие модули:

- ПМ.01 Разработка и создание рекламной продукции;
- ПМ.02 Производство рекламной продукции;
- ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;
- ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта;
- ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

Исходя из вышесказанного вытекает, что:

- ФГОС направлен на формирование общих и профессиональных компетенций;
- ФГОС предусматривает определенный перечень общих дисциплин, а так же общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей;

Проанализировав ФГОС можно констатировать, что профессиональная деятельность выпускника невозможна без информационной подготовки, так как объектами профессиональной деятельности являются рекламные продукты, рекламные коммуникативные технологии, рекламное видео, реклама в полиграфии и т.д.

Во ФГОС так же указаны общие и профессиональные компетенции, которыми должен обладать выпускник, что многие из них опять же невозможно развить без использования информационной подготовки.

Например: разрабатывать авторские рекламные проекты, составлять и оформлять тексты рекламных объявлений, создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии и т.д.

ФГОС предусматривает изучение общего гуманитарного, социально-экономического, математического, общего естественнонаучного и профессионального учебных циклов. То есть ФГОС определяется профессиональными модулями, включающие группу дисциплин, которые формируют профессиональную подготовку.

1.2 Анализ основных понятий

Для того чтобы далее проанализировать информационную составляющую в образовательном процессе, необходимо проанализировать содержание основных понятий по данной тематике.

Реклама – (термин происходит от латинского слова «reklamare» – «громко кричать» или «извещать») [21].

Реклама – распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях рекламная информация, которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей, начинаний [3].

Рекламная деятельность — это особый вид деятельности, процесс взаимодействия ее участников, результатом которого является производство, продвижение и исследование рекламного продукта с целью стимулирования потребительской деятельности или создания имиджа, общественного мнения [4].

Информационная подготовка – это обязательная составляющая образовательного процесса, направленная на подготовку специалистов, способных эффективно применять средства информационно – коммуникационных технологий в процессе осуществления своей профессиональной деятельности [5].

ИКТ (информационно-коммуникационные технологии) – это процессы и методы взаимодействия с информацией, которые осуществляются с применением устройств вычислительной техники, а также средств телекоммуникации [6].

Проанализировав данные понятия, можно сказать, что все они являются неотъемлемой частью профессиональной деятельности рекламщика.

2 Анализ образовательного процесса по направлению 42.02.01 Реклама

2.1 Анализ основной образовательной программы в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства

В профессиональной деятельности рекламщиков есть множество аспектов, где необходима информационная подготовка, например: уметь разрабатывать дизайн рекламного продукта, представлять свой рекламный продукт окружающим, составлять и оформлять тексты рекламных объявлений, создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии, создавать рекламные видеоролики, объявление в интернете и т.д.

Отражение содержания такой деятельности можно найти в стандарте в прописанных профессиональных компетенциях [2].

Специалист по рекламе должен обладать хорошей информационной подготовкой, и в учебном плане [17] есть целый комплекс дисциплин, которые за нее отвечают.

Все эти дисциплины взаимосвязаны между собой с самого начала обучения и развивают не только информационную подготовку, но и профессиональные компетенции выпускника. Все эти взаимосвязанные дисциплины объединены в профессиональные модули.

Чтобы понять, как именно они развивают информационную подготовку студентов, был проведен анализ профессиональных модулей, а так же роль каждой из дисциплин.

1) ЕН.03 Информатика

Проанализировав данную дисциплину, можно сказать, что цели и задачи изучения дисциплины – формирование у обучающихся умений и навыков использования современных информационно-коммуникационных технологий для активного применения в повседневной жизни и в профессиональной деятельности, а также методов самостоятельного освоения новых программных продуктов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать изученные прикладные программные средства;
- использовать средства операционных систем и сред для обеспечения работы вычислительной техники.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- применение программных методов планирования и анализа проведённых работ;
- виды автоматизированных информационных технологий;
- основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (ЭВМ) и вычислительных систем;
- основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации.

2) ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

Проанализировав данную дисциплину МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта можно сказать, что цель изучения дисциплины - качественная профессиональная подготовка специалиста, владеющего необходимыми знаниями в области технологий рекламы и дизайна, креативно мыслящего, способного осуществлять практическую деятельность в сфере рекламного производства.

Задачами дисциплины являются :

- изучение существующих направлений в рекламе и технологических процессов рекламного производства;
- развитие творческого мышления и прогрессивного мировоззрения в области современного дизайна;
- освоение методов и принципов проектирования основных видов рекламной продукции;
- развитие профессиональных навыков моделирования и макетирования с использованием возможностей новейших электронных технологий.

Проанализировав данную дисциплину МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта, можно сказать, что цели и задачи дисциплины:

- сформировать у студентов теоретический фундамент и выработать комплекс навыков для разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных обращений с их вербальными и визуальными составляющими, базовых представлений о художественных средствах разработки рекламного продукта;
- основные сведения о графическом дизайне и художественном проектировании в рекламе;
- знания методов, технологий и приемов дизайна рекламной продукции, ее средств и основных функций;
- базовые основы художественной разработки и создания дизайна рекламной продукции в коммуникационном процессе и исследований в данной области;
- определения основных количественных и качественных характеристик художественного проектирования рекламного продукта, используемых в рекламной деятельности;
- выявление особенностей разработки и создания дизайна рекламной продукции;
- освоение основных технологий художественного проектирования рекламного продукта.

Проанализировав данную дисциплину МДК 01.03 Рекламная деятельность, можно сказать, что цели и задачи дисциплины:

- применять полученные знания в практической деятельности, разрабатывать и применять средства рекламы;
- планировать и организовывать рекламные мероприятия на торговом предприятии;
- эффективно применять виды средств торговой рекламы в торговом предприятии, а так же методы и способы организации рекламы на торговом предприятии.

3) ПМ.02 «Производство рекламной продукции».

Проанализировав данную дисциплину МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале, можно сказать, что цели и задачи:

- выбирать и использовать инструменты, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовка и производство рекламного продукта;
- производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- развитие основных информационно-креативных умений, связанных с получением, переработкой и освоением информации, полученной из различных источников (моно- графий, учебников, научно-популярной литературы, художественных и публицистических произведений, СМИ, электронных средств массовой информации и др.);
- самостоятельно вести поиск и отбор информации в целях эффективной организации собственной деятельности и деятельности в фокус-группах, обеспечивающей высокий уровень компетентности в области рекламных технологий.
- владения навыками технической стороны фотопроцесса.

Проанализировав данную дисциплину МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа, можно сказать что цели и задачи:

- усвоение системы знаний в области рекламы с использованием информационных технологий;
- сформировать у будущих специалистов навыков осуществлять профессиональную деятельность с учетом выбранной информационной технологии;
- сформировать базовый комплекс знаний и навыков, необходимых для разработки и выполнение в виртуального (компьютерного) рекламного проекта, включая мультимедийные составляющие;
- владеть принципами разработки, построения и продвижения рекламного проекта в сфере профессиональной деятельности.

Проанализировав данную дисциплину МДК 02.03 Техника и технология рекламной фотографии, можно сказать что цели и задачи:

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа фото-рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web – технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

Проанализировав данную дисциплину МДК 02.04 Техника и технология рекламного видео, можно сказать что цели и задачи:

- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки видео.

4) ПМ .03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, можно сказать, что:

МДК 03.01 Маркетинг в рекламе.

МДК 03.02 Правовое обеспечение в рекламной деятельности.

Проанализировав данный профессиональный модуль, можно сказать что цели и задачи профессионального модуля:

Иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

знать:

- задачи цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

5) ПМ.0 4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности.

МДК.04.02 Организация рекламного агентства.

Иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав.

Уметь:

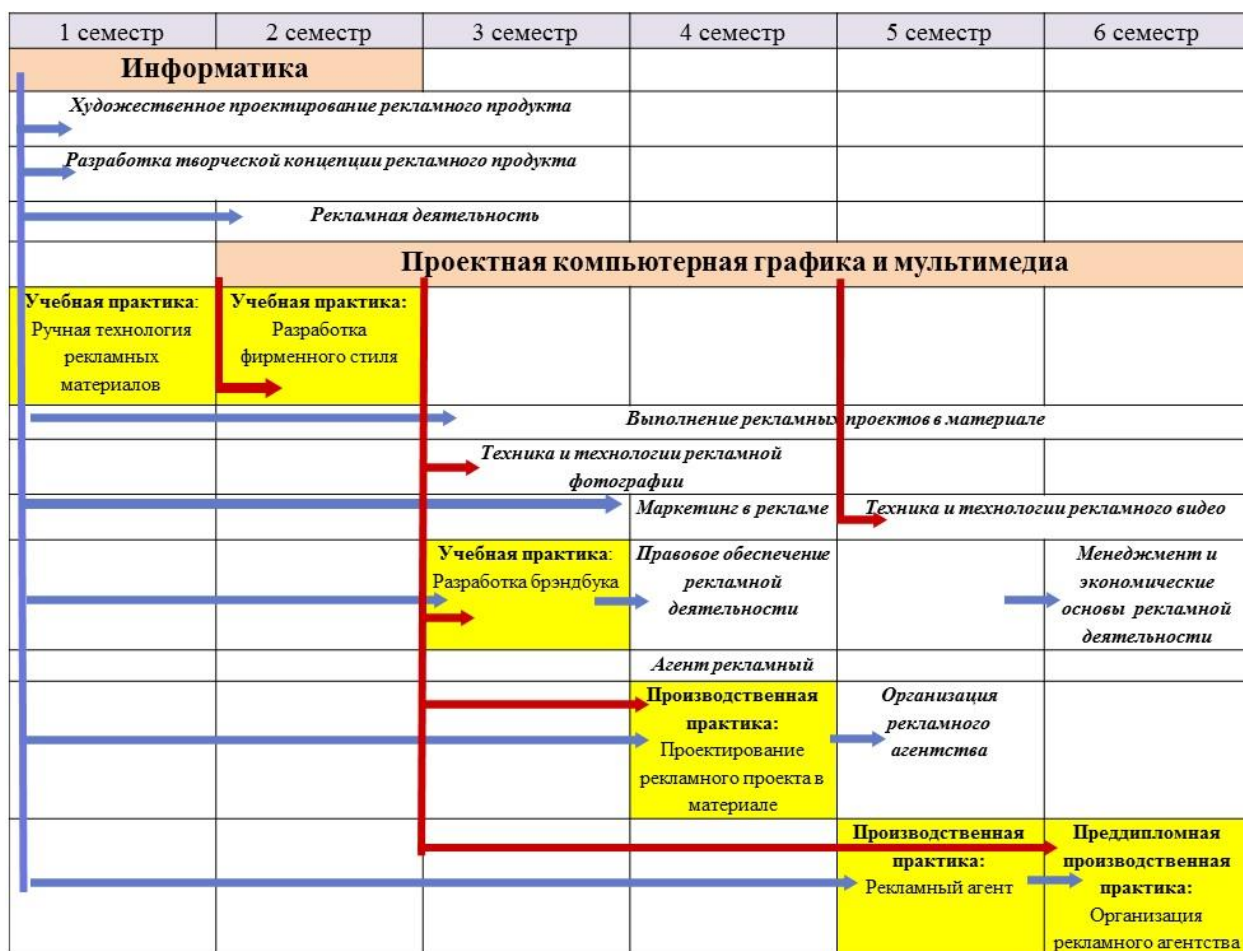
- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

Проанализировав профессиональные модули и роль каждой из дисциплин, можно сделать вывод, что все они формируют информационную под-

готовку студентов специальности «Реклама», а так же развивают их профессиональные компетенции.

На рисунке 1 представлена междисциплинарная взаимосвязь дисциплин, отвечающих за информационную подготовку студентов. Базовой дисциплиной, от которой начинается информационная подготовка является «Информатика». Именно она задает основную базовую информацию для изучения последующих дисциплин профессионального цикла.

Далее, продолжает развитие по информационной подготовке дисциплина «Проектная компьютерная графика и мультимедиа». Она связана не только с другими дисциплинами профессионального цикла, но и с содержанием учебных и производственных практик, что в дальнейшем позволит студенту успешно пройти эти практики.



➡ - Междисциплинарная связь от дисциплины «Информатика»;

➡ - Междисциплинарная связь от дисциплины «Проектная компьютерная графика и мультимедиа».

Рисунок 1 – Междисциплинарная взаимосвязь информационной подготовки

2.2 Существующая структура информационной подготовки и анализ ее содержания

На рисунке 2 приведена существующая структура содержания информационной подготовки студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства. Для того чтобы выявить недостатки и не логичность этой структуры, необходимо сначала ее проанализировать.

Образовательный процесс рекламщиков разделен на 6 семестров.

В первом семестре представлены такие дисциплины как:

- Информатика;

- Художественное проектирование рекламного продукта;
- Разработка творческой концепции рекламного продукта.

Информатика выступает базовой дисциплиной информационной подготовки. И исходя из анализа ее рабочей программы, можно выявить, что основными разделами ее изучения являются:

- Введение в дисциплину (хранение и передача информации);
- Операционная среда Windows;
- Прикладное программное обеспечение и информационные ресурсы (использование средств MicrosoftOffice, создание презентаций, создание сайтов).

Завершается первый семестр учебной практикой, тематика которой «Ручная технология рекламных материалов». Следовательно, можно сделать вывод, что образовательный процесс первого семестра выстроен вполне логично.

1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр
Информатика					
<i>Художественное проектирование рекламного продукта</i>					
<i>Разработка творческой концепции рекламного продукта</i>					
<i>Рекламная деятельность</i>					
Проектная компьютерная графика и мультимедиа					
Учебная практика: Ручная технология рекламных материалов	Учебная практика: Разработка фирменного стиля				
<i>Выполнение рекламных проектов в материале</i>					
<i>Техника и технологии рекламной фотографии</i>					
			<i>Маркетинг в рекламе</i>	<i>Техника и технологии рекламного видео</i>	
		Учебная практика: Разработка брэндбука	<i>Правовое обеспечение рекламной деятельности</i>		<i>Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</i>
			<i>Агент рекламный</i>		
			Производственная практика: Проектирование рекламного проекта в материале	<i>Организация рекламного агентства</i>	
				Производственная практика: Рекламный агент	Преддипломная производственная практика: Организация рекламного агентства

Рисунок 2 – Существующая структура содержания информационной подготовки

Во втором семестре представлены такие дисциплины как:

- Информатика;
- Художественное проектирование рекламного продукта;
- Разработка творческой концепции рекламного продукта;
- Рекламная деятельность (дисциплина направлена на разработку рекламной кампании, создание презентаций в Microsoft Office и Sway.com для представления рекламного продукта, заполнение брифа (краткая письменная характеристика по рекламной кампании));
- Проектная компьютерная графика и мультимедиа (дисциплина направлена на изучение прикладных информационных технологий, изучение Adobe Photoshop).

Завершается второй семестр учебной практикой, тематика которой «Разработка фирменного стиля рекламного продукта». Она подразумевает умение студентов создавать макеты полиграфической рекламы с помощью современного программного обеспечения CorelDraw. Но эта программа ранее студентами не изучалась. А изучается только в 3 семестре, уже после прохождения учебной практики.

Следовательно, изучив и проанализировав рабочие программы данных дисциплин, можно сделать вывод, что студенты не смогут успешно пройти вторую учебную практику, так как их знания не соответствуют требованиям этой же практики.

В третьем семестре представлены следующие дисциплины:

- Художественное проектирование рекламного продукта;
- Разработка творческой концепции рекламного продукта;
- Рекламная деятельность;
- Проектная компьютерная графика и мультимедиа (дисциплина направлена на изучение современного программного обеспечения CorelDraw);
- Выполнение рекламных проектов в материале;
- Техника и технологии рекламной фотографии;

Завершается третий семестр учебной практикой, тематика которой

«Разработка брендбука». Брендбук- это руководство по правильному использованию логотипа компании и его применению в различных инструментах (элементы фирменного стиля, рекламная и сувенирная продукция, сайты и т.д.) [11].

В четвертом семестре представлены следующие дисциплины:

- Выполнение рекламных проектов в материале;
- Техника и технологии рекламной фотографии;
- Маркетинг в рекламе;
- Правовое обеспечение рекламной деятельности;
- Агент рекламный;
- Проектная компьютерная графика и мультимедиа.

Завершается четвертый семестр производственной практикой, тематика которой «Проектирование рекламного проекта в материале». Следовательно, изучив и проанализировав рабочие программы данных дисциплин можно сделать вывод, что студенты не смогут пройти успешно производственную практику, так как в учебной программе этого семестра не предусмотрено изучение программ связанных с вёрсткой печатных материалов.

В пятом семестре представлены следующие дисциплины:

- Проектная компьютерная графика и мультимедиа (дисциплина направлена на изучение программного обеспечения Adobe Illustrator);
- Выполнение рекламных проектов в материале;
- Техника и технологии рекламного видео;
- Организация рекламного агентства.

Завершается 5 семестр производственной практикой, тематика которой «Рекламный агент». Следовательно, изучив и проанализировав рабочие программы данных дисциплин, можно сделать вывод, что студенты не смогут успешно пройти производственную практику, так как их знания не соответствуют требованиям этой же практики.

В шестом семестре представлены следующие дисциплины:

- Проектная компьютерная графика и мультимедиа (дисциплина направлена на изучение программного обеспечения 3DMax);

- Техника и технологии рекламного видео;
- Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности.

Завершается шестой семестр преддипломной практикой, тематика которой «Организация рекламного агентства».

Следовательно, изучив и проанализировав рабочие программы данных дисциплин, можно сделать вывод, что студенты смогут успешно пройти преддипломную практику, так как их знания соответствуют требованиям этой же практики.

Проанализировав структуру содержания информационной подготовки, были выявлены следующие недостатки:

1) Во 2 семестре предполагается учебная практика «Разработка фирменного стиля рекламного продукта», где студентам необходимо владение программой CorelDraw. Но эта программа ранее студентами не изучалась. А изучается только в 3 семестре, уже после прохождения учебной практики.

2) В 4 семестре на производственной практике «Проектирование рекламного продукта» необходимо использование программы Adobe Illustrator (она наиболее часто используется в полиграфии), а изучается она студентами только в 5 семестре.

Таким образом, можно сказать, что из анализа структуры содержания информационной подготовки, были выявлены следующие недостатки:

1) Существует несоответствие в содержании учебной программы по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» с содержанием учебных и производственных практик., поэтому нужно изменить структуру содержания предыдущей информационной подготовки.

2) Выяснено, что вообще не изучаются программы связанных с вёрсткой печатных материалов, которые необходимы в производственной деятельности рекламщика.

3) Отсутствует тема « Виды графического представления информации» в дисциплине «Информатика», представляющей различные способы представления графических данных, что в дальнейшем, необходимо студентам для изучения программ CorelDraw, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.

3 Модернизация структуры содержания информационной подготовки студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства

3.1 Модернизация рабочей программы и календарно-тематического плана по дисциплине «Информатика»

Для того чтобы образовательный процесс был правильно нацелен на развитие информационной подготовки студентов, а так же способствовал повышению профессиональных компетенций, необходимо модернизировать структуру содержания информационной подготовки.

Так как в текущей рабочей программе по дисциплине ЕН.03 Информатика (ПРИЛОЖЕНИЕ А) , был выявлен следующий недостаток:

1) Отсутствует тема « Виды графического представления информации» в дисциплине «Информатика», представляющей различные способы представления графических данных, что в дальнейшем, необходимо студентам для изучения программ CorelDraw, Illustrator, Photoshop.

В связи с выявленным недостатком в структуре содержания информационной подготовки, а так же исходя из анализа текущей рабочей программы [10] и календарно-тематического плана (ПРИЛОЖЕНИЕ Б) по дисциплине «Информатика», необходимо внести следующие изменения:

1) Добавить тему «Виды графического представления информации» за счет уменьшения часов в других темах, при этом сохраняя количество часов в максимальной учебной нагрузке и не нарушая баланс лекционных и практических занятий.

На рисунке 3 представлен фрагмент таблицы модернизированной рабочей программы дисциплины «Информатика» . На рисунке 4 представлен фрагмент таблицы модернизированного календарно-тематического плана дисциплины «Информатика».

Тема 3.3 Виды графического представления информации	<i>Содержание учебного материала</i>	12	
	1. Виды графической информации. Форматы графических файлов	2	1
	2. Характеристика программ для создания, хранения изображений.	2	1
	Практические занятия		
	1. Определение вида графики по иллюстрациям	4	2
Тема 3.4 Мультимедийные технологии	<i>Содержание учебного материала</i>	6	
	1. Характеристика программ для создания мультимедийных презентаций	2	1
	Практические занятия		
	1. Создание мультимедийной презентации по услугам рекламного агентства средствами Sway.	2	2
	2. Создание презентации по услугам рекламного агентства, средствами Prezi	2	2
Тема 3.5 Информационные ресурсы и защита информации	<i>Содержание учебного материала</i>	8	
	1. Информационная безопасность. Методы защиты информации.	2	1
	2. Ресурсное обеспечение рекламной деятельности. Биржи цифрового контента. Авторские права	2	1
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> Конспект «методы криптозащиты файлов». Подготовить перечень зарубежных бирж ЦК.	4	3

Рисунок 3 – Фрагмент таблицы модернизированной рабочей программы дисциплины «Информатика»

Тема 3.3 Виды графического представления информации	12	4	15	Виды графической информации. Форматы графических файлов	Урок сообщения новых знаний + Практическое №3	ПК, MS Power Point, презентация, проектор	4	Поиск материала по характеристике графических программ	Подготовка выступлений с презентацией материала
		4	16	Характеристика программ для создания хранения изображений	Урок сообщения новых знаний	ПК, MS Power Point, презентация, проектор, тест 3			
Тема 3.4 Мультимедийные технологии	10	2	20	Характеристика программ для создания мультимедийных презентаций.	Урок изучения нового материала	ПК, MS Power Point	4	Сбор текстового и графического материала для создания презентации по рекламному агентству	Проверка электронных материалов
		2	21	Создание презентации по услугам рекламного агентства, средствами Sway	Практическое №4	ПК, Интернет задания для выполнения практической работы			
		2	22	Создание презентации по услугам рекламного агентства, средствами Prezi					
Тема 3.5 Информационные ресурсы и защита информации	8	2	23	Информационная безопасность. Методы защиты информации.	Урок сообщения новых знаний	ПК, MS Power Point	4	Конспект «методы криптозащиты файлов» Подготовить перечень зарубежных бирж ЦК	Проверка электронных материалов и зачет выполненной работы
		2	24	Ресурсное обеспечение рекламной деятельности. Биржи цифрового контента. Авторские права.	Практическое №5	ПК, MS Power Point			
ИТОГО за 1 семестр	72	из них: 26 ч. – лекции, 22 ч. – практические занятия, 24 – ВСРС							

Рисунок 4 – Фрагмент таблицы модернизированного календарно-тематического плана дисциплины «Информатика».

Таким образом, добавленные изменения внесенные в рабочую программу (ПРИЛОЖЕНИЕ Д) и календарно-тематический план (ПРИЛОЖЕНИЕ Е) по дисциплине «Информатика», позволят студентам изучить виды графического представления информации, что подготовит их в дальнейшем к изучению программного обеспечения CorelDraw, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator.

3.2 Модернизация рабочей программы и календарно-тематического плана по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа»

Проанализировав существующую структуру содержания информационной подготовки, рабочую программу [14] и календарно-тематический план [18] по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», были выявлены следующие недостатки:

1) Во 2 семестре предполагается учебная практика «Разработка фирменного стиля рекламного продукта», где студентам необходимо владение программой CorelDraw. Но эта программа ранее студентами не изучалась, а изучается только в 3 семестре, уже после прохождения учебной практики.

2) В 4 семестре на производственной практике «Проектирование рекламного продукта» необходимо использование программы Adobe Illustrator [13] (она наиболее часто используется в полиграфии), а изучается она студентами только в 5 семестре .

3) Отсутствует изучение программы связанных с вёрсткой печатных материалов, что необходимо в производственной деятельности рекламщика.

В связи с выявленными недостатками в структуре содержания информационной подготовки, а так же исходя из анализа текущей рабочей программы (ПРИЛОЖЕНИЕ В) и календарно-тематического плана (ПРИЛОЖЕНИЕ Г) по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», необходимо внести следующие изменения:

1) Во 2 семестре ввести изучение темы «Векторная графика» (программное обеспечение CorelDraw) вместо программы растровой графики. Чтобы соблюдалось соответствие содержания учебной программы с содержанием второй учебной практики, тематика которой «Разработка фирменного стиля».

2) В 3 семестре ввести изучение раздела «Растровая графика» (программное обеспечение Adobe Photoshop) вместо программы векторной графики. Так как в измененном учебном процессе векторная графика будет изучаться в 2 семестре.

3) В 4 семестр ввести раздел изучения программного обеспечения Adobe Illustrator. Чтобы соблюдалось соответствие содержания учебной программы с содержанием первой производственной практики, тематика которой «Проектирование рекламного проекта».

4) В 5 семестр добавить раздел изучения программы связанных с вёрсткой печатных материалов, которая необходима в производственной деятельности рекламщика, так как ранее она не изучалась.

Чтобы соблюдалось соответствие содержания учебной программы и содержанием второй производственной практики, тематика которой «Рекламный агент».

Все изменения происходят с сохранением количества часов при максимальной учебной нагрузке, при этом сохраняя баланс практических и лекционных занятий.

На рисунке 5 представлен фрагмент таблицы модернизированного календарно-тематического плана дисциплины «Проектная компьютерная графика и мультимедиа». На рисунке 6 представлен фрагмент таблицы модернизированной рабочей программы по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа».

Раздел 7. Основы технологии полиграфического процесса. Вёрстка.									
Тема 7.1 Общие понятия в области полиграфического производства. Виды печати.	6	4	10	Полиграфия. Цифровая печать. Тампонная печать. Сублимация. Задачи полиграфического репродуктивного. Основные полиграфические материалы. Печатное оборудование. Основные способы печати. Технология формных процессов, печатных процессов, постпечатных процессов.	Комбинированный урок	Проектор, электронная презентация, методическое пособие по «Вёрстка»	2	Задание №1 Подготовить макет полиграфической продукции	Проверка электронных работ и зачет выполненной работы
Тема 7.2 Основы растрового и цветоделения.	7	4	11	Полиграфические технологии подготовки изображений к репродукции. Растровое. Способы модуляции. Параметры цифровых растровых форм. Линиатура.	Комбинированный урок	Проектор, электронная презентация, методическое пособие по «Вёрстка»	2	Задание №2 Растровое изображение в макете, придать цвет и объем	Проверка электронных работ и зачет выполненной работы
Тема 7.3 Теория цвета и полиграфия	8	4	12	Описание цвета. Цветовые модели. Цветовые пространства. Цветовой охват. Системы управления цветом. Цветовые профили. Профили устройств.	Комбинированный урок	Проектор, электронная презентация, методическое пособие по «Вёрстка»			
Тема 7.4 Полиграфический процесс и цветоделение	6	4	13	Цветоделение и растровое. Цветовые ловушки. Трешпинг и наложение. Электронное цветоделение.	Комбинированный урок	Проектор, электронная презентация, методическое пособие по «Вёрстка»	2	Задание №3 Наложить трешпинг на макет полиграфической продукции	Проверка электронных работ и зачет выполненной работы

Рисунок 5 – Фрагмент таблицы модернизированного календарно-тематического плана дисциплины «Проектная компьютерная графика и мультимедиа»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.	Объем часов	Уровень освоения
1	2		
Раздел I	Растровая графика	54	
Тема 1.1 Введение	Содержание учебного материала	8	
	1. Особенности векторных иллюстраций. Назначение программы «CorelDraw». Основные настройки и инструменты. Навыки работы с объектами. Работа с цветом. Способы окрашивания объектов.	4	1
	Самостоятельная работа обучающихся: Разработка носителей ФС	4	
Тема 1.2 Различные способы создания сложных контуров	Содержание учебного материала	8	
	1. Создание и редактирование контуров. Инструмент «Форма». Преобразование Кривых.	4	1
	Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение изображений объектов живой и неживой природы с использованием геометрических примитивов и простых заливок.	4	3
Тема 1.3 Работа с текстом	Содержание учебного материала	16	
	1. Различные виды текста. Редактирование. Фигурный текст. 2. Работа над предыдущим заданием. Сканирование эскиза и его обработка в программе «CorelDraw».	8	1
	Самостоятельная работа обучающихся: Оформление концепт-борда для фирмы, используя корпоративный стиль предприятия.	8	3
Тема 1.4 Специальные эффекты в векторной среде	Содержание учебного материала		2
	1. Импорт, экспорт изображений, работа с растровыми изображениями. Трассировка изображений.	12	
	Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение сувенирной продукции для предприятия.		

Рисунок 6 – Фрагмент таблицы модернизированной рабочей программы по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа».

Таким образом, изменения добавленные в рабочую программу (ПРИЛОЖЕНИЕ Ж) и календарно-тематический план (ПРИЛОЖЕНИЕ З) по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», позволят студентам изучать программные обеспечения CorelDraw, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator в соответствии с требованиями практик, изучить программы связанных с вёрсткой печатных материалов, что поможет развить их профессиональные компетенции, а так же успешно пройти учебные и производственные практики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы на тему «Информационная подготовка студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства была выполнена следующая работа:

1. Анализ информационных источников.
2. Анализ образовательного процесса по специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства на предмет развития информационной подготовки студентов.
3. Модернизация структуры содержания информационной подготовки студентов специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства.

Результатом выпускной квалификационной работы является модернизированная структура содержания информационной подготовки, а именно, модернизация рабочих программ и календарно-тематического плана по дисциплинам «Информатика» и «Проектная компьютерная графика и мультимедиа».

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

В данной выпускной квалификационной работе применены следующие сокращения:

ФГОС – Федеральный государственный образовательный стандарт;

СПО – Среднее профессиональное обучение;

ППССЗ – Программа подготовки специалистов среднего звена;

ОК – Общие компетенции;

ПК – Профессиональные компетенции;

ПМ – Профессиональный модуль;

ЕН – Естественно-научный (цикл);

МДК – Междисциплинарный курс;

СМИ – Средства массовой информации;

КкСУиП – Красноярский колледж сферы услуг и предпринимательства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, 2014г [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://krascollege.ru/>.
2. Хуторской А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированного образования // Народное образование. – 2003. - №2. – С.58-64.
3. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурин В. Г. Рекламная деятельность: Учебник для студентов высших учебных заведений. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2002. - 2 с.
4. Организация рекламной деятельности: учеб. Пособие для нач.проф.образования / В.Н. Хапенков, О.В.Сагинова, Д.В.Федюнин – 6-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – с 50 - 120с.
5. Толковый словарь терминов понятийного аппарата информатизации образования. – М.: ИИО РАО, 2009. – 96 с.
6. Информационные технологии в педагогическом образовании: Учебник / Г. М. Киселев, Р. В. Бочкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 11 с.
7. Основы рекламной деятельности. Васильев Г.А., Поляков В.А.
8. ППССЗ (Программа подготовки специалистов среднего звена) по специальности 42.02.01 «Реклама». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://krascollege.ru/>.
9. Практикум по основам информатики и вычислительной техники: учеб. пособие для нач. проф. образования /В.М. Уваров, Л.А. Силакова, Н.Е. Красникова. – 4е изд., стер, - М.: Издательский центр «Академия», 2008.
10. Мартынова В.А Рабочая программа учебной дисциплины «Информатика и ИКТ» в КкСУиП, 2015г.
11. CorelDRAW X3, Учебный курс, Миронов Д.Ф., 2006.
12. Вербицкий А.А. Компетентностный подход и теория контекстного

обучения.- М.: ИЦ ПКПС.- 2004.- 84 с.

13. Пер. с англ. Н. А. Райтмана «Adobe Illustrator CS5» Эксмо, 2011 год, 592 стр.

14. ККСУиП Рабочая программа по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», 2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://krascollege.ru/..](http://krascollege.ru/)

15. Информатика : учеб. пособие / А.В. Терехов, А.В. Чернышов, В.Н. Чернышов. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. Ун-та, 2007. – 128 с. 100 экз. – ISBN 978-5-8265-0677-6.

16. ККСУиП – КТП по дисциплине «Информатика», 2016 [Электронный ресурс].Режим доступа: [http://krascollege.ru/..](http://krascollege.ru/)

17. Учебный план подготовки студентов специальности «Реклама» ККСУиП, 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://krascollege.ru/.](http://krascollege.ru/)

18. ККСУиП – КТП по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://krascollege.ru/.](http://krascollege.ru/)

19. БОРИСОВА Н.В. Образовательные технологии как объект педагогического выбора. Учебное пособие. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2000. – 146 с.;

20. Педагогические технологии в современном образовании [Электронный ресурс] Научная статья – Режим доступа: [http://student39.ru/lector/pedagogika/.](http://student39.ru/lector/pedagogika/)

21. Педагогический словарь [Электронный ресурс]: Педагогика. Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru>.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

(обязательное)

**Рабочая программа по дисциплине «Информатика» в Красноярском
колледже сферы услуг и предпринимательства**

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
(обязательное)

Календарно-тематический план дисциплины «Информатика» по специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства

ПРИЛОЖЕНИЕ В

(обязательное)

**Рабочая программа по дисциплине «Проектная компьютерная графика
и мультимедиа» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринима-
тельства**

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

(обязательное)

Календарно-тематический план дисциплины «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» по специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

(обязательное)

**Модернизированная рабочая программа по дисциплине «Информатика»
в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства**

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

(обязательное)

Модернизированный календарно-тематический план дисциплины «Информатика» по специальности «Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

(обязательное)

Модернизированная рабочая программа по дисциплине «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» в Красноярском колледже сферы услуг и предпринимательства

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

(обязательное)

**Модернизированный календарно-тематический план дисциплины
«Проектная компьютерная графика и мультимедиа» по специальности
«Реклама» в Красноярском колледже сферы услуг и предприниматель-
ства**

